

La orientación multidisciplinar de esta obra se hace manifiesta al comprobar que el análisis de la teoría no se limita a los medios de comunicación, que sería el campo más inmediato de aplicación, sino que rinde tributo a los fundadores de la propuesta y propaga su estudio hacia terrenos dotados de mayor amplitud, como la cultura o la teoría de la representación, en donde la noción de encuadre sigue dando sobradas muestras de validez analítica.

Estamos, en conclusión, ante una obra de referencia para todas aquellas personas que quieran profundizar en el contenido de los medios de comunicación tomando como anclaje una propuesta teórica y metodológica que, a la luz de los trabajos presentados en foros internacionales, continúa ganando adeptos en el ámbito de la investigación académica en comunicación. Un libro que se hacía esperar desde la defensa de la tesis doctoral de la autora a principios de siglo, que cubre el vacío existente en esta área de conocimiento teórico en nuestro entorno y que debe servir como estímulo a la comunidad científica para extraer beneficios de su aplicación sistemática sobre una gran variedad de contenidos mediáticos.

Miguel VICENTE MARIÑO  
miguelvm@soc.uva.es

---

**Thomas SCHUSTER**

---

*The Markets and the Media. Business News and Stock Markets Movements*

Lexington Books, Lanham, UK, 2006, 156 pp.

---

En la abundante bibliografía académica sobre los efectos de la información transmitida por los medios, no es fácil encontrar obras centradas en las consecuencias particulares de determinados tipos de información, más allá de la abundante investigación sobre el impacto de los medios en el campo de la política. Uno de esos ámbitos de contenidos, no atendido por los estudiosos de la comunicación, ha sido el de la información económica y financiera. Más bien, ese es un campo que ha interesado a expertos en economía, en psicología y comportamiento del consumidor, o a especialistas de escuelas de negocios, pero no a los de la comunicación.

*The Markets and the Media*, la obra de Thomas Schuster, profesor de Periodismo en el Institute for Communication and Media Research, de la Universidad de Leipzig, tiene un especial significado en ese sentido, ya que es el primer trabajo, realizado desde la perspectiva de la comunicación, en el que se sintetizan y sistematizan las investigaciones que, desde distintas disciplinas, se han realizado en torno al impacto en los mercados de un tipo especialmente sensible de información: la

información financiera. Para ello, Schuster trata de responder a una pregunta genérica: ¿qué sabemos sobre el impacto que tiene en el funcionamiento de los mercados financieros la publicación de noticias económicas y financieras en los medios de comunicación?

El método que utiliza este profesor para aportar luz sobre el asunto es un exhaustivo repaso de la investigación que se ha realizado hasta ahora, mayoritariamente en el campo de las finanzas, sobre el movimiento de los valores bursátiles como consecuencia de la publicación de información en medios especializados. La gran mayoría de esos trabajos se han realizado en las dos últimas décadas, a raíz de dos fenómenos interrelacionados: por una parte, el extraordinario crecimiento de contenidos económicos y financieros publicadas en los medios —en especial, en un floreciente sector de medios especializados—, al hilo del gran protagonismo de los mercados financieros nacionales e internacionales; por otra parte, el desarrollo de una rama de la investigación en economía, la “economía del comportamiento”, que trata de profundizar en las decisiones económicas desde una perspectiva psicológica y experimental. Y no hay mejor “laboratorio” para realizar ese tipo de investigaciones que los mercados bursátiles, en los que se “comercia” fundamentalmente con información.

Schuster divide su obra en tres partes, que se corresponden con los niveles de efectos que se han estudiado más profundamente. La primera parte, “Micro”, se centra en los estudios que han puesto en relación las informaciones sobre valores concretos con el comportamiento de su cotización, a corto, medio y largo plazo. La conclusión a la que llega el autor, tras repasar los estudios que existen al respecto, es que no existen suficientes evidencias que demuestren que las recomendaciones publicadas en los medios ofrecen una oportunidad sistemática de lograr mejores rentabilidades que las que logra en su conjunto el mercado. Es más, los estudios realizados más bien tienden a mostrar cómo los inversores que se guían por esos consejos o valoraciones de los medios tienden a perder más que la media del mercado a largo plazo.

En la segunda parte del libro, “Meso”, Schuster reflexiona sobre el efecto de las informaciones publicadas en el funcionamiento más o menos eficiente de los mercados, sobre todo en situaciones de gran optimismo o de pánico. Tampoco en este tipo de análisis existe consenso claro sobre si la información publicada facilita un funcionamiento más eficiente de los mercados, o si por el contrario generan reacciones extremas, más bien irracionales. El capítulo concluye que de hecho los mercados pueden ser eficientes e ineficientes al mismo tiem-

po, sin que ello dependa en general de la mayor o menor disponibilidad de información relevante transmitida por los medios. Es más, en general, parece que los mercados ya descuentan anticipadamente gran parte de la información que se hace pública, antes de que esta llegue al conjunto de los inversores.

Finalmente, en la tercera parte del libro, “Macro”, Thomas Schuster analiza el papel de las noticias financieras en la creación y/o refuerzo de las tendencias que subyacen en el comportamiento de los mercados. En este aspecto, el autor concluye que el crecimiento y expansión de los medios especializados en información financiera han causado un cambio en las dinámicas de comportamiento de los inversores. Esa influencia no ha sido en general muy positiva, ya que al condicionar el comportamiento de quienes se guían por las tendencias más visibles, y uniformar las decisiones de un número gigantesco de inversores, los medios tienden a acentuar los fenómenos desestabilizadores.

La obra concluye con un breve comentario crítico sobre el funcionamiento de un sistema financiero definido por el creciente peso del ruido, del rumor, de una información que, en la mayoría de los casos, ya está contenida en el precio de los valores para cuando es publicada, aunque muchos piensen que es nueva. Los últimos párrafos del tra-

bajo reflexionan sobre los efectos de esa “información vacía” de los medios en el comportamiento del pequeño inversor individual, un inversor que está indefenso ante la avalancha de pseudoinformación que agita el mercado.

Thomas Schuster completa en un centenar de páginas una magnífica labor de sistematización y síntesis de estudios de muy variada naturaleza, algunos de ellos de gran complejidad metodológica. Por eso, además de las conclusiones que se derivan de la obra, el libro tiene una extraordinaria utilidad como repertorio de enfoques y líneas de investigación que han abordado esta cuestión. La bibliografía, con más de mil referencias muy especializadas, es probablemente el mejor compendio de referencias sobre información económica y financiera que se ha publicado hasta la actualidad, al menos por lo que se refiere a bibliografía en inglés y en alemán. *The Markets and the Media* se sitúa de esta forma en un lugar preferente entre las obras de obligada consulta y estudio para alguien que desea profundizar en el campo del periodismo económico y financiero.

Ángel ARRESE  
aarrese@unav.es

Copyright of Comunicacion y Sociedad is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.